

Intisari

Langkah PT Astra Otoparts Tbk (AOP) dalam melakukan transformasi digital untuk menuju *smart factory* merupakan komitmen seluruh jajaran manajemen AOP dan juga seluruh anak perusahaan AOP Grup. Dalam pelaksanaannya PT DEF belum mencapai nilai yang optimal berdasarkan asesmen AOP Grup. Diperlukan analisis strategi transformasi digital untuk mewujudkan *smart factory* dengan tujuan untuk menentukan prioritas faktor kritikal yang belum tercapai berdasarkan kerangka *Awareness, Readiness, Technology, Operations* (ARTO) dan metode perhitungan *Hesitant Fuzzy Linguistic Terms Set* (HFLTS) sebagai dasar pembuatan keputusan. Penelitian merupakan penelitian kualitatif dengan sumber data primer dari hasil wawancara mendalam dengan perwakilan manajemen serta melakukan analisis terhadap strategi transformasi digital yang telah dilakukan dan melakukan analisis terhadap keselarasan arah transformasi digital antara AOP dan anak perusahaan.

Hasil dari penelitian menunjukkan AOP Grup sudah memiliki tujuan dan strategi yang jelas dalam melakukan transformasi digital melalui *roadmap* dan *Key Performance Indicator* (KPI) yang dimiliki. Faktor pemilihan dan integrasi teknologi serta desain sistem produksi merupakan faktor yang sangat penting dalam keberhasilan transformasi digital di AOP dan PT DEF. Prioritas faktor kritikal yang masih perlu dilaksanakan oleh PT DEF dan AOP adalah penguatan budaya digital, peningkatan dan pemerataan kompetensi karyawan serta perlu menguatkan struktur organisasi yang berfungsi sebagai perencana dan pelaksana transformasi digital dalam skala grup perusahaan. Selain itu AOP sebagai induk perusahaan harus memiliki arahan yang jelas terkait tugas dan fungsi pemimpin dalam transformasi digital dan kegiatan operasional serta memperjelas kebijakan terkait investasi infrastruktur untuk mendukung transformasi digital.

Kata kunci: transformasi digital, *smart factory*, HFLTS, ARTO, *roadmap*, faktor kritikal

Abstract

The steps taken by AOP in digital transformation towards a smart factory represent the commitment of the entire AOP management and all subsidiaries of the AOP Group. In its implementation, PT DEF has not yet achieved optimal value based on the AOP Group's assessment. Therefore, an analysis of digital transformation strategies is needed to realize a smart factory with the aim of determining the priority of critical factors that have not been achieved based on the ARTO framework and HFLTS calculation method as the basis for decision-making. This research is qualitative, with primary data sources from in-depth interviews with management representatives and analysis of the digital transformation strategies that have been implemented, as well as an analysis of the alignment of digital transformation directions between AOP and its subsidiaries.

The results of the research show that the AOP Group already has clear goals and strategies for digital transformation through its roadmap and KPIs. The selection and integration of technology, as well as the design of production systems, are very important factors in the success of digital transformation at AOP and PT DEF. The priority of critical factors that still need to be implemented by PT DEF and AOP includes strengthening digital culture, improving and leveling employee competencies, and strengthening the organizational structure that functions as the planner and executor of digital transformation on a group company scale. Additionally, AOP as the parent company must have clear directions regarding the roles and functions of leaders in digital transformation and operational activities, as well as clarify policies related to infrastructure investment to support digital transformation.

Key words: digital transformation, smart factory, HFLTS, ARTO, roadmap, critical factor